

Otydliga mål förstör den kreativa energin

Standardiserade metoder hämmar skaparkraften

ORGANISATION Tydliga mål som alla förstår och en anda där alla tar eget ansvar. Det är bästa grunden för ett kreativt företag, enligt kreativitetetskonsulten Pelle Mårtenson. Han kritiserar konsultbolagens standardiserade arbetsmetoder som hämmar nyskapande.

Hur kreativt ett företag är hänger ihop med i vilket läge det befinner sig i utvecklingen. Kreativiteten är oftast störst i mindre nystartade företag, det ligger i dess natur, enligt Pelle Mårtenson, kreativitetetskonsult och systemdesigner på Softronic.

Sedan före sommaren har Softronic som en tjänst att genomföra kreativitetsrevisioner på företag.

– I ett nystartat företag finns det hur mycket kreativitet som helst. En entreprenör måste vara kreativ. Men i större, äldre företag lutar man sig lätt tillbaks, säger han.

Alla skyller på andra

I ett större företag blir processerna mer komplicerade än i ett litet. Bara att det är flera avdelningar och chefer gör att risken finns att kreativiteten dämpas. De anställda förväntar sig i större utsträckning att det ska hända saker på annat håll.

– De skyller på andra i stället för att göra någotsjälv. I ett litet företag tar alla ansvar för sig själva och för det kreativa bidraget och då blir det en god cirke.

Men den absolut vanligaste hämskon för kreativiteten i företagen är att det saknas mål, enligt Pelle Mårtenson.

– Det är otroligt slående – och allvarligt, säger han.

Bryt ner målen

Även om det finns formulerade mål för verksamheten så har de ofta inte kommunicerats tillräckligt bragentomot de anställda eller så förstår de inte målen. Målen kanske måste brytas ner i flera mål för att det ska bli tydligt.

– Tydliga mål är utgångspunkten för kreativitet. Ju enklare stöd man har, desto enklare är det att ta tag i idéer och att genomföra dem. Det



Rena it-fabriken. Många it-konsultbolag ser sig som en fabrik. Men effektiviseringen och standardiseringen tar död på kreativiteten, enligt Pelle Mårtenson.

blir lättare att sälla bland idéer och att fatta beslut.

Först inte alltid bäst

Ett annat vanligt misstag som många gör är att låsa sig för tidigt vid en idé.

– Den första idén kanske inte är den bästa. Men det är ovanligt att man direkt efter att ha hittat en lösning fortsätter att försöka hitta en annan, säger han.

Chefens uppgift är att hela tiden uppmuntra initiativ och att aldrig döda den kreativa energin och de anställda kan bidra till kreativiteten genom att ta tag i saker på egen hand.

– Som anställd måste man inse att man kan göra mer än man tror. Vänta inte på att allt ska komma från ledningens håll för då tappar du tron både på dig själv och på företaget.

För Pelle Mårtenson är det viktigaste för kreativiteten att företaget

har en kultur där man kan komma med idéer, diskutera idéer och där man gör något av dem.

– Det är vanligt att man fokuserar på problemen. Särskilt tydligt är det i it-industrin där många är utbildade på tekniska högskolor. De är ofta väldigt problemorienterade och har klart för sig hur man ska tänka i stället för att lyfta fram nya idéer.

Pelle Mårtenson är kritisk till konsultbolagen som han hävdar förlorar på att standardisera sina arbetsmetoder för mycket.

– Många it-konsultbolag ser sig som en fabrik. De sneglar på tillverkande industri och vill ta efter effektiviseringen hos dem och standardisera sina processer.

Utveckling nyskapande

Men därmed går en stor del av kreativiteten förlorad, anser Pelle Mårtenson. Han efterlyser en större medvetenhet och kunskap om den kreativa processen.

– Konsultbolagen måste börja inse att systemutveckling handlar om nyskapande. Det man tjänar pengar på är de anställdas kreativitet. It-industrin försöker återanvända mycket men ibland blir det bara sämre. Ibland är det bättre att uppfinna hjulet på nytt, säger han.

Karin Myrén

karin.myren@idg.se

Høj kreativitetsnivån

- Se till att företagets mål är enkla och tydliga.
- Ta tag i saker på egen hand – vänta inte på att någon annan ska göra det.
- Uppmuntra alla idéer och initiativ – annars passiviserar entreprenörsandan.
- Lås dig inte vid den första lösningen som dyker upp. Den första idén är inte alltid den bästa.